

Magasins de Producteurs

M A P P P

Accessibles et Solidaires

Offre de formation et d'accompagnement Magasin de Producteurs

Février 2022

© Trame - Au Terroir

Projet piloté par :



Partenaires techniques :



En collaboration avec :



Financé par



Avec la contribution financière du compte d'affectation spéciale développement agricole et rural CASDAR



Offre de formation

A l'issue du projet MAPPI, une offre de formation et d'accompagnement est élaborée à destination des agriculteurs, membres des magasins de producteurs souhaitant développer un projet d'élargissement de leur clientèle vers des personnes précaires et isolées.

Cette formation est prévue sous la forme d'une journée en visio. Elle pourra être complétée par un accompagnement adapté au contexte de chaque magasin de producteurs.

-

Le projet MAPPI (pour des Magasins de Producteurs Accessibles à des Publics Précaires et Isolés) a été lancé en avril 2021 pour une durée de 8 mois. Il a été coordonné par Trame, en partenariat avec le pôle Circuits Courts Terre d'Enviés-CEGAR et l'AFIPaR. Il a été retenu dans le cadre du plan « France Relance » et à étudier l'accès à une alimentation locale de qualité à tout public. Dans le cadre de cette étude-action, 9 magasins de producteurs en France ont été accompagnés pour élargir leur clientèle aux publics éloignés des circuits courts (financièrement, géographiquement, culturellement et/ou sociologiquement).

Journée de formation

Intitulé : Comment rendre notre magasin de producteurs accessible aux personnes précaires et isolées de notre territoire ?

Une formation pour adapter son fonctionnement afin d'élargir sa clientèle vers des personnes précaires et isolées.

Exposé des motifs de la formation

Les personnes en situation précaire ou isolées consomment peu en circuits courts pour leurs achats alimentaires. Pourtant, les magasins de producteurs sont aujourd'hui une alternative locale, responsable et de proximité qui présente de nombreux avantages pour tous les consommateurs. Comment les producteurs peuvent-ils élargir la clientèle de leur magasin vers ces publics qui ne les fréquentent pas aujourd'hui ?

Qu'il s'agisse d'un souci porté par un producteur particulièrement motivé ou par l'ensemble du collectif, cette démarche se heurte à plusieurs freins, comme le prix trop élevé ou des habitudes alimentaires différentes. Pourtant, le projet MAPPI a permis de nuancer ces préjugés et de formuler des propositions inspirées d'expériences existantes, pour faciliter l'accès de tous les consommateurs aux magasins de producteurs.

Cette démarche exige pour les magasins de producteurs de clarifier leurs motivations, de repenser certains modes de fonctionnement et de construire des partenariats avec des structures locales identifiées sur leur territoire. La formation a pour but d'outiller les producteurs motivés pour déterminer la procédure adaptée à leur situation et leur contexte.

Cette formation utilise les ressources issues du projet MAPPI : vidéo, podcast, guide pratique, etc. Elle peut être complétée par un accompagnement adapté à chaque magasin de producteur qui en exprimera le besoin.

Objectif général de l'action de formation

A l'issue de la formation, les participants seront en capacité d'identifier la faisabilité de rapprocher leur magasin de producteurs des consommateurs éloignés de ce type de point de vente : compréhension de la problématique, analyse du potentiel d'action du magasin, identification de la future clientèle, élaboration d'un programme d'actions.

Public

Entre 8 et 10 participants, producteurs et salariés du secteur agricole, engagés dans des formes collectives de vente en circuits courts (plusieurs magasins représentés) et désireux de rendre leurs produits accessibles au plus grand nombre de consommateurs.

Format

Formation d'une durée de 7h30, réparties en 3 modules de 2h30 sur une période de 3 à 5 semaines. Le format retenu est une formation à distance, en visio.

La formation peut être prise en charge par les fonds de formation Vivea ou autres OPCO.

La formation sera dispensée en direct (dates et heures fixes), avec diffusion par visio et échanges possibles entre les participants.



Objectifs pédagogiques

Maîtriser les facteurs de réussite d'un projet d'élargissement de la clientèle : motivations, état de la connaissance du sujet.

• **Comprendre les enjeux d'une alimentation locale de qualité pour tous :**

- ↳ Enjeux de l'accès à une alimentation de qualité : impacts de la nutrition sur la santé, sur les rapports sociaux, sur l'estime de soi ;
- ↳ Constat des pratiques d'achats alimentaires des personnes précaires et isolées : majoritairement en moyenne et grande surface, à proximité, poids des habitudes.

• **Identifier les freins qui limitent l'accès des personnes précaires et isolées au magasin :**

- ↳ Expression spontanée des freins (prix, éloignement, habitudes alimentaires, etc.), complétée par les freins identifiés lors du projet MAPPI (communication, visibilité, etc.) ;
- ↳ Apport pour chaque frein cité des éléments issus du projet MAPPI pour les nuancer : étude comparative des prix menée dans le cadre de MAPPI qui permet de relativiser le surcoût selon les produits achetés ;
- ↳ Apport théorique et échange autour des enjeux de représentation : habitudes alimentaires différentes, auto-disqualification de certaines personnes (« ces magasins, ce n'est pas pour moi ») ;
- ↳ Appropriation de ces apports : réalisation d'un auto-bilan spécifique à chaque magasin sur les freins identifiés, à partir de la matrice SWOT.

• **Mobiliser les membres d'un collectif de producteurs au sein de chaque magasin sur la question de l'accessibilité du magasin aux personnes précaires et isolées :**

- ↳ Identification des facteurs de motivation à s'engager dans un projet de cette nature. Rédaction d'un argumentaire. Partage d'expériences et échange.

• **Élaborer un plan d'action opérationnel pour faciliter l'accès des personnes précaires et isolées à son magasin :**

- ↳ Repérage des personnes précaires et isolées situés dans la zone de chalandise du magasin, détermination des priorités (on n'interviendra pas de la même façon pour attirer des personnes isolées géographiquement que des étudiants ou des personnes en fragilité sociale) ;
- ↳ Identification des partenaires éventuels à mobiliser pour faciliter le contact avec les personnes ciblées ;
- ↳ Apport sur les recommandations issues du projet MAPPI pour faciliter la rencontre entre producteurs et personnes ciblées, en lien avec le ou les partenaires identifiés ;
- ↳ Apport sur les expériences existantes et initiatives inspirantes afin de répondre à chaque frein identifié par les magasins ;
- ↳ Appropriation de ces apports : élaboration d'un plan d'action opérationnel adapté à chaque magasin.

Complément : Offre d'accompagnement

Objectif

Faciliter la mise en œuvre du plan d'actions d'un magasin de producteurs pour élargir sa clientèle vers les personnes précaires et/ou isolées, identifiées sur son territoire.

Public

Des producteurs engagés dans un même projet collectif de vente en circuits courts et désireux de rendre leurs produits accessibles au plus grand nombre de consommateurs.

Ces producteurs ont de préférence suivi les premières étapes du parcours de formation MAPPI (journée de formation), sans que cela ne soit un critère d'exclusion si cela n'était pas le cas.

Format

Le nombre et la durée des interventions seront à déterminer en fonction de la demande formulée par le magasin de producteurs, de l'état d'avancement de sa réflexion et des moyens qu'il envisage de consacrer à la démarche.

Opérateur

De par leur maîtrise des problématiques liées à leur implication dans le projet MAPPI et de par leur mission d'accompagnement des collectifs de producteurs, les partenaires co-contributeurs du projet peuvent être sollicités préférentiellement pour accompagner les magasins intéressés sur leurs territoires : Trame, Terre d'Envies – CEGAR, AFIPaR.

Déroulé proposé

1. Préparation du projet par le magasin de producteurs

- ↳ Clarification des motivations et attentes des producteurs
- ↳ Identification des publics ciblés et des partenaires potentiels
- ↳ Détermination de la stratégie à mettre en œuvre : programme d'actions, moyens, calendrier

2. Mise en œuvre du projet

- ↳ Expérimentation avec un groupe test
- ↳ Évaluation et réajustements
- ↳ Poursuite et développement des partenariats

3. Perspectives complémentaires

- ↳ Expérimentation d'initiatives alternatives
- ↳ Capitalisation d'expérience et diffusion à d'autres magasins de producteurs

Moyens nécessaires

Humains : mobilisation de tout ou partie de l'équipe des producteurs (et salariés) du magasin de producteurs (temps de travail), accompagnateur/formateur, disponibilité du partenaire associé

Matériels : selon les actions déterminées (supports de communication, système d'envoi de SMS, fournitures pour dégustation, édition de fiches recettes, etc.)

Financiers : selon la durée d'accompagnement et la nature des actions mises en œuvre

Modalités d'évaluation

Plusieurs outils d'évaluation seront mis en place :

- Recensement des objectifs et attentes (individuelles et collectives) en début d'accompagnement ;
- Bilan intermédiaire en cours d'accompagnement (tour de parole) ;
- Questionnaire d'évaluation en fin d'accompagnement.

Critères et indicateurs :

- Atteinte des objectifs : nombre de participants/répondants aux actions entreprises, part des participants devenant clients réguliers à l'issue des initiatives, taux de réalisation des objectifs fixés en début d'action ;
- Appréciation de la qualité de l'accompagnement : taux de satisfaction, appréciation des méthodes employées.

Magasins de Producteurs MAPPP Accessibles et Solidaires

Retrouvez toutes les ressources sur webtrame.net/trame/les-projets/circuits-courts-et-activites-de-service/magasins-de-producteurs-accessibles-aux-publics-precaires-et-isoles-mappi

Ou contactez les partenaires du projet :

- Trame - trame@trame.org
- l'AFIPAR - afipar@wanadoo.fr
- le Pôle Circuits courts Terre d'envies – CEGAR - terredenvies@cegar.fr

Projet piloté par :



Partenaires techniques :



En collaboration avec :



Financé par



Avec la contribution financière du compte d'affectation spéciale développement agricole et rural CASDAR

